

# 企业违约的经济学分析

□连升 赖小琼

**摘要** 企业违约的根本原因在于目前制度安排的缺陷,导致违约“高收益低风险”的行为。防止企业违约的根本措施是增加违约解决的概率、提高违约的利润成本、道德成本、政治成本,重视长期利益。为确保这些微观因素发挥作用,在宏观上还必须加快产权制度建设、健全和完善法律体系、强化竞争机制、规范政府行为、发展中介机构、建立征信平台、提高教育水平等作为整治企业违约的制度保障。

**关键词** 企业违约;制度创新;成本收益决策树

中图分类号 F275.5

文献标识码 A

文章编号 1671-8402(2004)02-0025-04

虽然社会各界从不同角度论证了违约失信行为对国民经济的发展的阻碍作用,甚至大声疾呼在中国入世后,整治违约行为已经“时不我待”,但社会违约现象始终没有根本性的好转。我们认为,其根本原因在于制度安排的缺陷,违约行为低成本,而查处高成本,导致企业界忽视长期利益。因此,应加重对企业违约行为被公布的概率、加大惩罚力度、加强社会信用制度建设,对有诚信履约的企业予以制度上的优惠,鼓励企业建立信誉。

企业违约是失信的一个重要表现,将企业的违约类型进行分类,可分为被迫违约和理性违约。所谓被迫违约是指缔约一方因履约能力不足而无法继续履约,按照《合同法》第一百一十七条的规定:“因不可抗力不能履行合同的,根据不可抗力的影响,部分或者全部免除责任,但法律另有规定的除外。当事人迟延履行后发生不可抗力的,不能免除责任。不可抗力是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。”所谓理性违约是指缔约一方觉得放弃继续履约可能能够带来更大利益时的违约行为。理性违约是违反诚实信用原则的。根据有关部门公布的数据,2001年,GDP中大概有将近10%到20%为失信的损失成本。

就研究违约的微观机制而言,成本—收益模型是一种具有较好解释力的经济学模型。该模型的基本思路

是,当企业从事违约失信或经济诈骗活动的收益比其成本或风险大得多时,它就具有从事违约活动的动机和激励;当潜在的收益足够大时,它们就会“铤而走险”,这是产生违约的微观机制。当企业诚实守信的收益比其成本或风险大得多时,它们就有守信动机和激励;当诚信潜在收益足够大时,它就可能“诚实终了”,这是激励诚实守信的微观机制。

## 一、企业违约的微观机制:成本—收益决策树模型

根据委托—代理理论,我们假定有两个当事人,一是委托人(principal),另一个是代理人(agent)。作为代理人的诚信和违约决策函数可以采用诚信—违约决策树模型。(如图1所示)。假定信息不对称和信息不完备,委托人和代理人进行反复博弈,那么,就会出现企业违约的诱因,即企业为了获得自身利益最大化而理性违约。

当出现违约诱因时,企业可以选择诚信或是违约。如果它选择诚信,那么它将获得的报酬是正常的合同履约收入L和将来交往的长期获利R,以及良好的企业信誉优势A。企业信誉优势是一种效用函数,它与企业的声誉和道德规范有关,也与社会风气和社会赞誉有关。

如果企业选择违约,它将获得因违约而得到的合同标的收入D,但同时也将付出各种成本。成本主要包括两个部分:显性成本和隐性成本。显性成本主要指违约的

**作者简介** 连升(1981-),男,福建福州市人,厦门大学经济系经济专业基地班学生;赖小琼(1958-),女,福建长汀人,厦门大学经济系教授,经济学博士。

直接投入 $I$ ；隐性成本由多种因素决定，包括政治处置成本（政治成本） $CP$ 、经济处罚成本（经济成本） $CE$ 、精神或名誉损失（道德成本） $CM$ 、未来收益损失 $R$ ， $AD$ 代表因违约所付出的道德代价。在讨论道德代价的效用函数（ $U$ ）时，我们还必须考虑两种结果，即被追究法律责任的概率（ $p$ ）和逃避法律追究的概率（ $1-p$ ）。在这里，有关概率的讨论是一个关键。

企业违约的预期效用函数可以表示为如下方程：

$$EU=U[D-I-p(CP+CE+CM)-R-L,AD]$$

从企业违约的决策树模型，我们认识到，从微观机制上减少企业违约的基本思路是，必须大幅度提高被查获的概率 $p$ ，减少逃避的概率，通过建立健全各种规章制度来减少违约的机会 $p$ ，提高违约成本 $C$ （包括 $CP$ 、 $CE$ 、 $CM$ ），从而大幅度降低违约收益。同时，注重诚信收益的提高。由于诚信是法律对缔约双方的基本要求，过度给予诚信方以优惠有悖法的精神，收入不可能得到增加。然而，由于在假设前提中设定了反复博弈的影响，所以诚信自然而然的结果是获得长期利益。

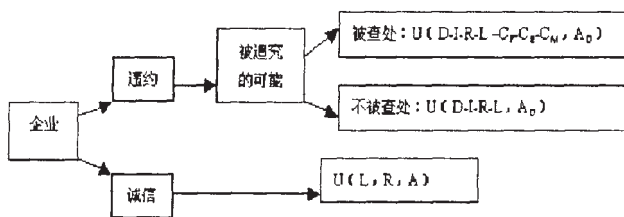


图1 企业诚信—违约选择的决策树

## 二、大幅度提高企业违约的各种成本

违约成本低，是违约现象比较普遍的原因之一，它与国家法律建设水平、对失信的惩罚力度太小有关。对此现象的解决办法是，通过制定有关的法律法规，推行使“失信成本”远高于“守信成本”的惩治制度，让失信者被市场“淘汰出局”，甚至“倾家荡产”，以增大失信成本，让失信者得不偿失，“不敢再越雷池一步”。由以上分析可知，大幅度提高企业违约的成本主要包括被查获的概率 $p$ 、政治处置的程度（政治成本） $CP$ 、经济处罚程度（经济成本） $CE$ 、精神或名誉损失（道德成本） $CM$ 。

### （一）增加违约成本的关键是提高解决的概率

企业违约解决的概率低是当今企业违约重要特征，其典型例证就是企业之间的“三角债”问题积存已深，而且这种债务关系远远超出了“三角”关系，而成为一环套一环的债务链。前不久有关部门对全国部分省市的一些企业调查表明，近几年企业的相互拖欠货款现象不但没有缓和，反而有上升的趋势。据有关资料统计，企业逾期的应收帐款额比重这一指标，在完善的市场经济国家中仅占贸易总额的0.25%—0.5%，而我国目前则超过5%，其水平是发达市场经济国家的10倍到20倍，一些企业应收

帐款高达50%以上，债务拖欠致使一些企业资金周转困难，经济效益下滑。违约问题拖延得不到解决，解决概率过低。

### （二）增大“失信”者的经济成本

所谓增大“失信”者的利益成本，就是说对“失信”行为要加大惩治的力度，让人们对其“失信”行为可能带来的处罚望而生畏。我国目前的行政惩罚太轻，为违约者提供了再生的机会。在立法方面，我国的《民法通则》、《合同法》和《反不正当竞争法》中虽然都有诚实守信的法律原则，《刑法》中也有对诈骗等犯罪行为处以刑罚的规定，但这些仍不足以对社会的各种失信行为形成强有力的法律规范和约束，针对信用方面的立法仍然滞后。同时，有法不依和执法不严的问题也相当严重，在一些失信和诈骗案件的审理中，还存在严重的地方保护主义影响。而法国等一些发达国家对企业失信行为规定了严厉的惩治力度，有的甚至处罚到破产为止，使之不敢产生“失信”念头。但是，我们必须清醒地认识到，加大惩罚力度本身并不是目的，其目的是实现法律的威慑作用，使人们面对高额的“失信”成本，唯一理智的选择只能是“守信”。

### （三）增大“失信”者的道德成本

在市场经济活动中，大多不信守经济合同的违约行为属于道德范畴，但一般却没有明显触犯法律。依法律观点看，失信行为往往介于道德失范和诈骗犯罪之间。在大量的合同违约行为中，达到刑事犯罪程度并受到司法处罚的，毕竟只占其中很小比例。大量的违约和其它失信现象是不能够通过刑侦和依靠司法审判形式解决的，即使是司法审判，也存在相当比例的执行难问题。增加道德成本就是要教育企业建立信誉。因而，对“失信”者的惩治除了法律直接惩罚外，还要通过其他间接惩罚，以增大“失信”者的道德成本。要在全社会宣传并形成一种“守信者光荣，失信者可耻”的道德风险和舆论导向，对“失信”行为进行猛烈的抨击，让“失信”者面对强大的社会舆论压力，失去发展的空间，在社会生活中难以有出头之日。这样，失信者既要承受社会舆论批评的成本，又要承受自身道德意识的谴责，而且还要冒可能在社会上寸步难行的风险。为此，要建立和完善信用记录体系，为个人和企业建立一种全社会可以共享的“信用档案”，进行个人信用记录。

### （四）增大“失信”的政治成本

加强对逃废债者进行道义规劝，媒体曝光，各金融机构要联手采取制裁措施，对恶意逃废债务、给他人造成重大损失的企业领导人，除进行经济处罚外，还要在一定期限内，或者终身不准在企业或新企业继续担任主要领导职务，并通过媒体向社会公布。

### 三、提高企业诚信的收益

一般来说,信用能够成为提高企业的市场竞争的高效手段,获得长远利益。尤其在非价格竞争日益成为企业核心竞争力来源的今天,信用更有重要作用。此外,企业信用有助于企业解决资金周转困难,增强企业内部凝聚力。企业信用还是企业对外交往的重要基础。然而国内一些企业视不讲信用为平常事,不少企业还以为不讲信用能直接给企业带来“利润”,一些日子不好过的企业甚至将拖欠、欺诈等反信用行为视为摆脱困难的一种方式。下面将主要针对企业的这一认识来分析守信的收益。

首先,我们构筑一个简单的委托代理的博弈模型(Kreps,1990)。依据前面的假定,有两个当事人,即委托人和代理人。博弈有两个阶段。在博弈的第一阶段,委托人可以选择信任代理人,也可以选择信任代理人。如果委托人不信任代理人,交易不进行,博弈结束,双方各得0的收入。如果委托人选择信任,博弈进入第二阶段,轮到代理人决策。代理人可以选择诚实,也可以选择欺骗。如果代理人选择诚实,双方各得5单位的收入;如果代理人选择欺骗,代理人得到10单位的收入,委托人损失5单位收入。博弈树如图2所示。图中第一个数字表示委托人的收入,第二个数字表示代理人的收入。

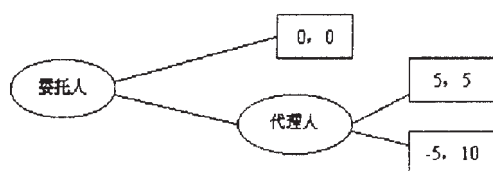


图2 博弈树

现在先假定交易只进行一次,让我们用逆向推理的办法求这个博弈的纳什均衡。给定委托人选择信任的情况下,如果代理人选择诚实,得到5单位的收入;如果代理人选择欺骗,得到10单位的收入,因而理性的代理人的最优选择是欺骗。回到博弈的第一阶段,如果委托人有理性预期,知道代理人会选择欺骗,委托人选择不信任得到0单位的收入,选择信任损失5单位的收入,所以委托人的最优选择是不信任。纳什均衡是:委托人选择不信任,代理人选择欺骗。

这是一个非常令人沮丧的结果。给定双方合作可以带来10单位的剩余,合作比不合作好。但由于代理人的机会主义行为,委托人不信任代理人,合作不会出现。

解决问题的一个办法是双方事先签定一个合同,规定:如果代理人欺骗,将要赔偿委托人(比如说)6个单位的收入。如果合同是完备的,并且代理人的欺骗行为事后能在法庭上被证明,代理人选择诚实得到5单位的收

入,选择欺骗得到4(10-6)单位的收入,所以诚实比欺骗好。如果委托人预期合同能被执行,他将选择信任代理人,合作出现。

但在现实中,这样的合同可能是不可行的,或者因为事前不能签定一个完备的合同以认定欺骗行为,或者因为事后难以得到足够的证据证明代理人的欺骗行为。如果委托人预期合同得不到执行,其最优的选择仍然是不信任,合作不会出现。

但是,即使正式合同不可行,如果双方有机会长期博弈,合作仍可以通过信誉机制而实现。为说明这一点,我们假定在每一次博弈结束前,双方都预期有 $\delta$ 的可能性有下一次交易机会,并且每次博弈的结构相同。考虑委托人的如下“触发战略”(trigger strategy):我们首先选择信任你;如果你不滥用我对你的信任,我将继续信任你;但一旦你滥用了我对你的信任,我将永远不再信任你。

给定委托人的如上战略,如果代理人选择欺骗,他将得到本期收入10个单位,以后每期都为0,所以总期望(贴现)收入为10单位。如果代理人选择不欺骗,他得到本期收入5个单位,有 $\delta$ 的概率在下期得到5个单位的收入,有 $\delta^2$ 的概率在下下期得到5个单位的收入,如此等等,总的期望(贴现)收入为:

$$5+5\delta+5\delta^2+5\delta^3+\dots=5/(1-\delta)$$

因此,只要 $5/(1-\delta) \geq 10$ ,即 $\delta \geq 0.5$ ,不欺骗就是代理人的最优选择。假定交易继续的概率 $\delta \geq 0.5$ ,委托人的“触发战略”就确实是最优的,合作关系就可以建立。这就是重复博弈创造的信誉机制。信誉机制的核心是,当事人为了合作的长远利益,愿意抵挡欺骗带来的一次性眼前好处的诱惑。

在上述的例子中,我们假定重复博弈的委托人是一个人。但这个假设并不是必要的。比如说,如果我们把委托人理解为顾客,代理人理解为商店,即使每个顾客只买一次,只要顾客流足够多,并且欺骗行为能被后来的客户观察到,商店仍然有积极性建立一个不欺骗的声誉。

### 四、企业违约成本—收益分析的制度保障

以上对企业违约的分析是立足于企业微观的层面上的分析,但是不得不承认其具有局限性。违约问题既然是一种严峻的社会现实,就不能仅仅从企业方面寻找谋求全部的解决方案。而要解决这一问题还应从宏观经济环境的制度建设上追本溯源,才能标本兼治。下面对制度问题进行简要扩展,以试图构建一套完整的解决企业违约问题的框架体系。

针对信用缺失的原因和市场经济发展的需要,中国宏观信用经济体系必须着重从产权制度、政府行为、数



据征信、法制建设、中介机构以及教育水平等几方面着手,以确保为微观经济主体企业的所设计的防治违约的成本—收益模型能够充分发挥作用,而不是留于理论分析层次:

#### (一) 促进产权制度的形成

简单地说,在市场经济中,企业是将一次性博弈转化为重复博弈的机制,是信誉的载体(Kreps,1990)。进一步看,有了企业,欺骗行为也就更容易被观察到。在现实经济生活中,国有企业产权不明晰,没有真正的剩余索取者,企业的无形资产不能自由交易,即使有交易,也没有真正的受益人,交易价格难以反映企业的真实价值。民营企业虽有所有者,但产权得不到保护,变化无常的政策又使民营企业形不成相对稳定的预期。只有让企业有真正的所有者,企业的所有权能够有偿转让,拥有进入和退出的自由才能重树企业产权,促进企业诚信。

#### (二) 加强法制的建设

法律是一种文化,是要人执行的,必须加强信用体系相关法律法规的制定和执行。首先是数据征信的合法性,国家法律强制政府有关部门和社会有关方面将征信数据以商业化或义务形式贡献出来,保证信用管理企业获取征信数据的权利和利益。其次要制定和完善与信用保障机制有关的法律法规,如担保法、信托法、资产证券化有关法律法规等。三要制定信用中介机构管理和运行的相关法律法规,使信用行业管理和运行有章可循,有法可依。四要提高执法水平,使制定的法律法规真正起到规范信用行为的作用。

#### (三) 积极发展中介机构

中介机构可以提供社会的信息,协调内部利益。信用中介机构包括三类:一是提供信用保障的机构,如提供担保、信用保理和保险、企业互助、应收帐款追收、资产证券化和结构融资等信用保障的商业机构。二是进行信用中介服务的机构,如数据征信和管理公司、信用评级公司、会计审计师事务所、资产评估公司等。三是进行信用行业管理的机构,如信用管理协会、追帐协会、信用联盟等。这些机构的综合运作,就构成了信用经济运行系统。

#### (四) 促进竞争环境的形成

因为竞争环境决定了交易环境的可能选择性。在上面的委托—代理模型中,因为代理人的欺骗行为给委托人带来了5单位的损失,所以即使只有一个代理人,委托人中断交易的威胁也是可信的,这样的惩罚威胁足以使得代理人在重复博弈中讲信誉。为了说明竞争的重要性,让我们把这个博弈作一点改动:假定如果代理人欺骗,委托人得到单位的收入(而不是5单位损失),代理人得到6单位的收入。那么,如果代理人没有竞争对手,委

托人中断交易的威胁就是不可信的(毕竟单位的收入比没有收入好),预期到这一点,即使在重复博弈中,代理人也不会讲信誉。但是,如果代理人有竞争对手,甚至是潜在的竞争对手,委托人就可以通过将交易转向另一个代理人而惩罚欺骗行为,每个代理人都必须讲信誉。行政垄断必然导致欺骗行为就是道理。

#### (五) 规范政府行为

规则是政府制定的,所以让政府遵守就很难。政府控制了所有信用形成的环境,政府的治理结构就变得非常重要。如果政府对进入严格管制以及与此相关的地方保护主义,打造了畸高的进入堡垒,使优胜劣汰机制不能发挥作用。在这样的制度环境下,无论是国有企业还是民营企业,追求短期利益是最优的选择,不可能为获得信誉带来的长远利益而拒绝眼前利益的诱惑,信誉机制不可能形成。企业不讲信誉,大量本该依靠信誉机制执行的非正式合约也搬到法院,再健全的法律制度也是无能为力。

(六) 建立信用数据征用和管理的信息平台,并建立相应的惩罚机制

数据征信和管理信息平台是信用经济体系的基础。这个平台拥有社会经济活动主体——政府、企业、个人的大量信用数据,由专门的机构进行管理,对社会开放,是一个数据共享、检索系统。如2000年上海率先开始的个人信用联合征信试点,就是建立信用数据平台的尝试。信用信息体系包括4方面的内容,主要有身份信息、与法律有关的信息、财务信息和公开信息等。并在信用数据征用和管理信息平台的基础上,建立失信惩罚机制。

#### (七) 提高教育水平

尽管我们还不能确定是受教育程度高的人更值得信任,还是受教育程度低的人更值得信任。但根据国务院发展研究中心人才中心所属中国企业家调查系统组织实施的“2001·中国企业经营问卷跟踪调查”的报告显示,同意“文化程度高的人比低的人更有信用”这一说法的企业经营者(35.8%)与不同意的(35%)比重相当;同意这一说法的较高学历者(38.6~45.5%)明显高于较低学历者(28.6~33.6%)。总体来讲,社会教育程度的提高有助于信息更好的扩散,有助于信用的建立。开展信用科学、信用观念的教育,培育诚信文化对信用的建立非常重要。

(作者单位:厦门大学,福建 厦门 361005)

(责任编辑:蔡雪雄)